

建筑企业进入国际市场的模式选择

侯远志, 王鹏燕

(西安建筑科技大学, 陕西 西安 710055)

摘要: 鉴于建筑企业进入国际市场的模式选择尚缺乏比较科学、合理的方法, 本文对进入国际市场的模式进行分类, 并构建建筑企业进入国际市场模式的影响因素框架, 综合考虑基于利益相关者视角确定专家评价权重的改进层次分析法, 对建筑企业进入国际市场的模式进行选择, 使优选模式更加准确可靠。

关键词: 建筑企业; 国际市场; 模式选择; 影响因素

中图分类号: F407.9 文献标识码: A 文章编号: 1002-851X(2016)03-0005-03

DOI: 10.14181/j.cnki.1002-851x.201603005

Mode Choice of Construction Enterprises to Enter the International Market

HOU Yuanzhi, WANG Pengyan

(Xi'an University of Architecture and Technology, Xi'an 710055, China)

Abstract: In view of that the mode choice of the construction enterprises to enter the international market still lacks more scientific and reasonable method, the paper classifies the mode of construction enterprises to enter the international market and establishes the influencing factors framework. Then, after comprehensive consideration, uses improved analytic hierarchy process to work out the weight of each expert on the basis of stakeholder perspective, chooses the international market entry mode of construction companies.

Keywords: construction enterprises; international market; mode choice; influencing factors

1 引言

在经济全球化快速发展的过程中, 中国建筑企业正在更深入地融入国际竞争。2013年我国共有62家内地企业进入国际承包商250强榜单, 入围企业数量达到了有史以来的最高值。建筑企业在进入国际市场时, 一般都会要慎重地选择目标国市场, 但是进入国际市场的模式选择更不容忽视, 因为它直接关系到建筑企业能否成功地进入国际市场, 并在国际市场进一步的发展。虽然, 国内关于相关问题的研究已经到了相当成熟的程度, 但是大部分都集中在进入国际市场模式的分类、模式选择的影响因素以及模式的选择决策上, 甚至是对三者的相互结合, 而对具体到某一行业进入国际市场的模

式选择尚缺乏研究, 并且对于模式选择策略的合理与否尚无确切的结论。本文基于改进后的AHP对建筑企业进入国际市场的模式进行优选, 以弥补传统AHP与以往选择方法的缺陷, 使选择出的进入国际市场的模式更加科学、准确。

2 建筑企业进入国际市场的模式及影响因素

现有的进入国际市场模式理论的研究对象大多针对的是制造业和个别服务业中的跨国企业, 并归纳出出口进入、合同进入及投资进入这三种进入模式。在选择建筑企业进入国际市场的模式时, 必须以现有的研究成果为理论基础, 充分考虑建筑企业及产品的特殊性, 并结合建筑企业的项目特性来优选进入模式。

2.1 建筑企业进入国际市场模式的定义及分类

根据进入国际市场模式的定义思路, 我们可以认为建筑企业进入国际市场的模式是指建筑企业将自己所

作者简介: 侯远志, 男, 生于1956年, 陕西乾县人, 教授, 研究方向:

城市经济学, 区域经济学。

收稿日期: 2015-09-13

拥有的优势资源(如技术、设备、人力和管理经验等)转移到目标国市场,并在目标国市场进行跨国经营的一种制度安排。由于建筑企业所提供的产品具有生产与交易的同时性、一次性、单件性、整体性和分项的相对独立性等特点,因此使得出口进入模式很少使用。另外,建筑企业提供的各种特殊施工技艺、建设管理服务等,有很高的知识价值与隐含性,这就使得合同进入模式与投资进入模式在国际工程市场经常使用。参考各公司的官方网站、各大新闻媒体的调查报道以及学者们对此问题的大量研究,可以归纳出目前建筑企业进入国际市场的主要模式:企业独资项目、BOT项目、分公司、独资企业、办事处、项目联营体、当地代理商、合资公司。根据建筑企业的所有权大小及进入方式的长期性与短期性两个维度,对进入国际市场的模式进行分类,如表1所示。

表1 建筑企业进入国际市场模式的四个类别

	短期性进入	长期性进入
完全所有权	企业独资项目、BOT项目	分公司、独资企业、办事处
部分所有权	项目联营体	当地代理商、合资公司

2.2 建筑企业进入国际市场模式选择的主要影响因素

建筑企业进入国际市场的模式选择,需要考虑影响模式选择的因素。结合国内学者所分析的影响进入国际市场模式的主要因素及建筑企业本身所固有的特殊性,本文从进入模式的内在特性、内部因素(企业组织能力)、外部因素(外部环境、目标国市场)等方面综合考虑,构建模式选择的影响因素框架(见图1)。

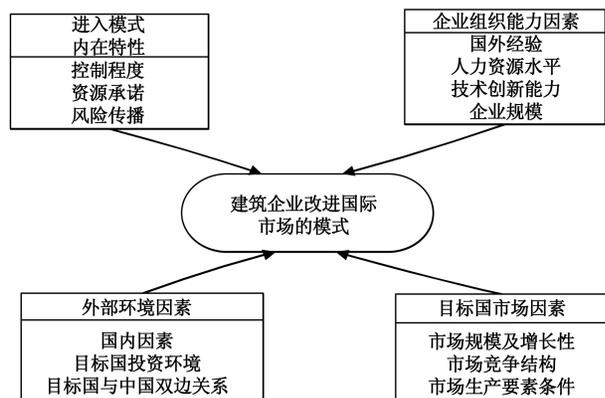


图1 建筑企业进入国际市场模式选择的影响因素框架

从图1看,进入国际市场的模式一般包括三个内在特性:控制程度、资源承诺和风险传播,因此在模式选择时,应首先考虑到并掌握这些内容。

企业组织能力因素通常包括国外经验、人力资源水平、技术创新能力和企业规模。若建筑企业拥有丰富的

国外经验,较高的人力资源水平以及较大的企业规模,选择完全所有权与长期战略性进入模式的概率就越高,而技术创新能力比较强的建筑企业适合选择完全所有权的模式进入目标国市场。

外部环境因素通常包括国内的因素、目标国的投资环境情况及目标国和我国的双边关系。国内因素体现在市场状况和产业政策方面,国内建筑市场形势好时,建筑企业一般愿意选择短期项目式的进入模式。国家出台的一系列产业辅助政策,有利于企业选择投资的市场进入模式。当目标国家的投资风险比较高时,建筑企业往往选择短期的项目进入模式。如果目标国与我国的双边关系处于亲近友好、合作共赢的状态,建筑企业就越可能选择高控制长期战略性的方式。

目标国市场因素通常包括市场竞争结构、规模及增长性和生产要素条件。对于竞争强度低且潜力大的市场,采取高资源承诺和长期战略性的模式可以为企业带来丰厚利润。如果目标国的市场规模大并且增长率高,建筑企业会更加愿意选择如分公司、独资企业、办事处的完全所有权的长期进入模式。当目标国市场的建筑生产要素条件越完备、越健全,建筑企业就越倾向选择长期性的进入模式。

3 建筑企业进入国际市场的模式选择分析

在进行建筑企业进入国际市场的模式选择时,除了要综合考虑影响模式选择的各种因素外,更关键的是用什么样的方法进行模式选择。目前,国内学者对进入国际市场模式选择研究出的定性分析方法有循环过程模型、二阶段模型和综合决策模型等,偏重定量分析的方法有灰局势决策效果测度法、模糊贴近度模型和模糊TOPSIS决策方法等。定性分析与定量分析相辅相成、密不可分:有了定性分析,定量分析才有意义;定量分析又可以使定性分析得出普遍且深刻的结论。进入国际市场的模式受各方面因素影响,而这些因素通常难以用定量的数据来解释,也难以进行深入的定性分析,而层次分析法(AHP)是将定性分析与定量相结合来进行多目标决策分析的简单又实用的方法。这种方法是在对研究对象定性分析的基础上,将许多影响因素进行量化的分析,从而可以得到广泛的结论。但是,AHP有一个较大的缺陷:主观性太强,它只将各种影响因素或指标进行了定量的转化,而没有考虑到专家作为利益相关者进行打分所引起的不公平性。

因此,学者们纷纷对AHP进行改进和创新,比如

将AHP与其它方法结合,综合利用了AHP、模糊数学、支持向量机等方法,可是每一种模型都有其局限性,所以还是没有很好的方法将AHP的主观性降低。学者程波、贾国柱首次站在利益相关者的角度,用科学的方法把专家的评价权重计算出来,对AHP进行了实质性的改进。改进后的AHP能够有效避免专家作为利益相关者在打分过程中的倾向而造成指标计算不合理的问题,同时也降低了主观评价的随意性。因此,本文采用改进的AHP对建筑企业进入国际市场的模式进行选择,首先构造建筑企业进入国际市场模式的AHP层次结构图(见图2)。

目标层: 最优的建筑企业国际市场进入模式。

准则层: 主要包括建筑企业进入国际市场的模式选择的4种影响因素。

指标层: 对准则层进一步分解,如目标国市场因素可分解为市场竞争结构、规模及增长性和生产要素条件。

方案层: 综合分析各种影响因素,所得所出的市场进入国际市场的8种模式方案。

如此,构造出AHP层次结构图。

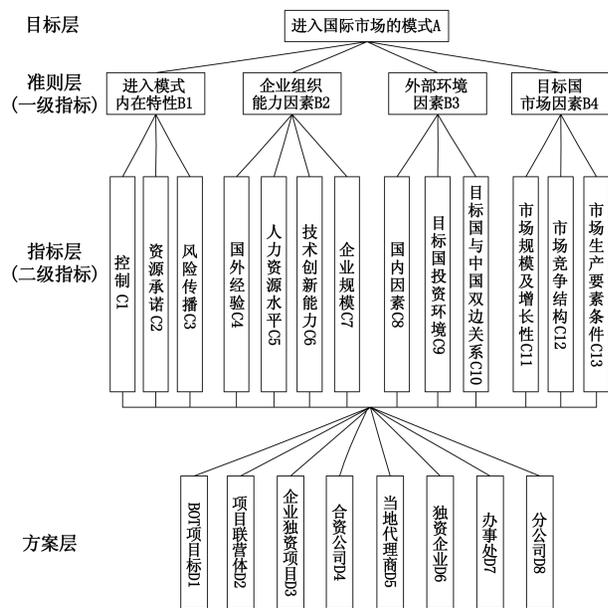


图2 建筑企业进入国际市场模式的AHP层次结构

得出AHP层次结构图后,需要根据改进的AHP方法来计算专家的评价权重;之后,进行专家打分构造判断矩阵来计算各层级指标AHP权重;最后将专家的评价权重与对应各层级指标AHP权重进行加权平均,得出各层级指标的权重,进而可以确定出最终的综合权重,由此就可以得到最优的进入国际市场的模式。

4 结 语

建筑企业在走向国际市场的过程中,应该高度重视进入模式的选择问题。本文从进入国际市场的模式及其选择入手,以相关理论研究为基础,以建筑企业为研究对象,结合建筑企业及产品的特殊性,对建筑企业国际市场进入模式进行了分类。借鉴现有的研究,从进入模式内在特性、外部因素、内部因素方面分析了影响建筑企业国际市场进入模式选择的主要因素,并构建了影响因素框架。最后,基于改进AHP方法对建筑企业进入国际市场的模式进行优选,避免了以往方法的局限性,使建筑企业能够成功地进入国际市场,开拓国际市场,提高企业的国际竞争力。▲

参考文献

- [1] 杜强,殷超越,陈一秀.2013年度国际市场最大250家承包商市场分析[J].建筑经济,2015(1).
- [2] AnderSon, Erill, Hubert Gatignon. Modes of foreign entry: A transaction cost analysis and propositions[J].Journal of International Business Studies, 1986, 17(1).
- [3] 李恒,金志刚.中国建筑企业国际市场进入模式决策体系研究[J].土木工程信息技术,2009,1(1).
- [4] 田成诗,王丽华.我国建筑业在国际市场竞争中的优势、挑战及对策[J].建筑经济,2015(9).
- [5] 张一弛,欧怡.企业国际化的市场进入模式研究述评[J].经济科学,2001(4).
- [6] 徐蔚莉,杜博.国际工程企业海外市场进入模式选择影响因素分析[J].国际经济合作,2010(18).
- [7] 唐龙.大型建筑企业跨国经营的市场进入模式选择——以进入非洲市场例[J].国际经济合作,2012(11).
- [8] 杜博,陈勇强.国际工程企业海外市场进入模式选择分析[J].建筑经济,2010(12).
- [9] 周劲波,黄胜.国际市场进入方式决策模型研究[J].商业研究,2009(9).
- [10] 卢梅,张文敏,郑涛.中国建筑企业海外目标市场选择研究[J].商业研究,2013(2).
- [11] 王芳,神克会.企业对外直接投资进入模式影响因素的实证研究——基于A股房地产企业的案例[J].工程经济,2015(3).
- [12] 程波,贾国.改进AHP-BP神经网络算法研究——以建筑企业循环经济评价为例[J].管理评论,2015,27(1).